



**EVENT MANAGEMENT IN THE ACTIVITY OF THE
HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISE**
**ВПРОВАДЖЕННЯ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Novikova.V.V. / Новікова В.В.

Bondar N.P. / Бондар Н.П.

c.t.s., as.prof. / к.т.н., доц.

Sharan L.O. / Шаран Л.О.

c.t.s., as.prof. / к.т.н., доц.

National university of food technologies, Kyiv, Volodymyrska str. 68, 01601

Національний університет харчових технологій, Київ, вул. Володимирська 68, 01601

Анотація. У статті розглядається один із значущих напрямів сучасності – event-менеджмент. Аналізується його значення на сучасному ринку, участь в діяльності комерційних організацій, націлених на отримання прибутку, та доцільність і ефективність впровадження його у структуру закладу готельно-ресторанного господарства.

Event-захід все частіше і частіше включається в процес функціонування підприємств, сприяючи впізнаваності бренду і просування продукції. Аналіз сучасних event-заходів дозволив виявити їх складність, комплексність, багатоплановість та значущість, що безумовно є важливим кроком за-для розвитку сучасного підприємства індустрії гостинності.

З огляду на це, необхідним є дослідження українського event-ринку та event-менеджменту, визначення основних етапів підготовки до проведення тієї чи іншої події, аналіз основних перешкод на шляху до ефективного управління визначною подією та визначення перспективи подальшого розвитку event-менеджменту в рамках готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Ключові слова: event-менеджмент, технології, заходи, готельно-ресторанний бізнес, сфера гостинності.

Вступ.

Event-менеджмент – напрям маркетингової діяльності підприємств в різних сферах бізнесу, що активно розвивається. Досить часто заходи, що регулярно проводяться кампанією, набувають традиційність, популярність, порівнюються з рекламними інструментами і можуть мати домінуючий характер в маркетинговій політиці підприємства.

Event-захід – багатопланове поняття, він може бути включений в структуру діяльності підприємства не лише як інструмент для просування бренду, але і як інструмент комунікації, орієнтований на область емоційних переживань і забезпечує підвищену сприйнятливості аудиторії [2,3].

Даний механізм сьогодні використовується не тільки професійними event-компаніями, а й компаніями-виробниками різних товарів і послуг. Очевидно, що спеціалізовані event-компанії відводять event-менеджменту головну роль, оскільки організація заходів – основний вид їх діяльності на ринку.

Але сучасні event-заходи – механізми вкрай складні і комплексні, вони складаються з безлічі різноманітних елементів, які необхідно зводити воедино. Саме тому значна частина компаній, які планують організацію заходу, вважає за краще звертатися в event-агенції, які пропонують своїм клієнтам рішення «під ключ», ніж займатися плануванням проекту самостійно [9].

Метою роботи є дослідження технологій організації event-заходів в цілому



і виявлення особливостей роботи event-менеджменту в діяльності готельно-ресторанного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням питань, що пов'язані з розвитком та здійсненням event-менеджменту, займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як: Н.М. Пономарьова, А.Н. Романцов, Г.Л. Тульчинский, П.А. Шагайда, Т.Е. Лохина, А.В. Костін, Ю.А. Бичун, Е.В. Попов, В. Баранчев, Е. Патрушева, А. Шон, Б. Перрі, П. Нортон, Дж. Там, Дж. Нева та ін. Проте дані питання недостатньо вивчені і через це потребують додаткових наукових досліджень.

Event-менеджмент в Україні – напрям досить новий, проте має ряд особливостей, які наведені в матриці SWOT-аналізу (рис. 1).

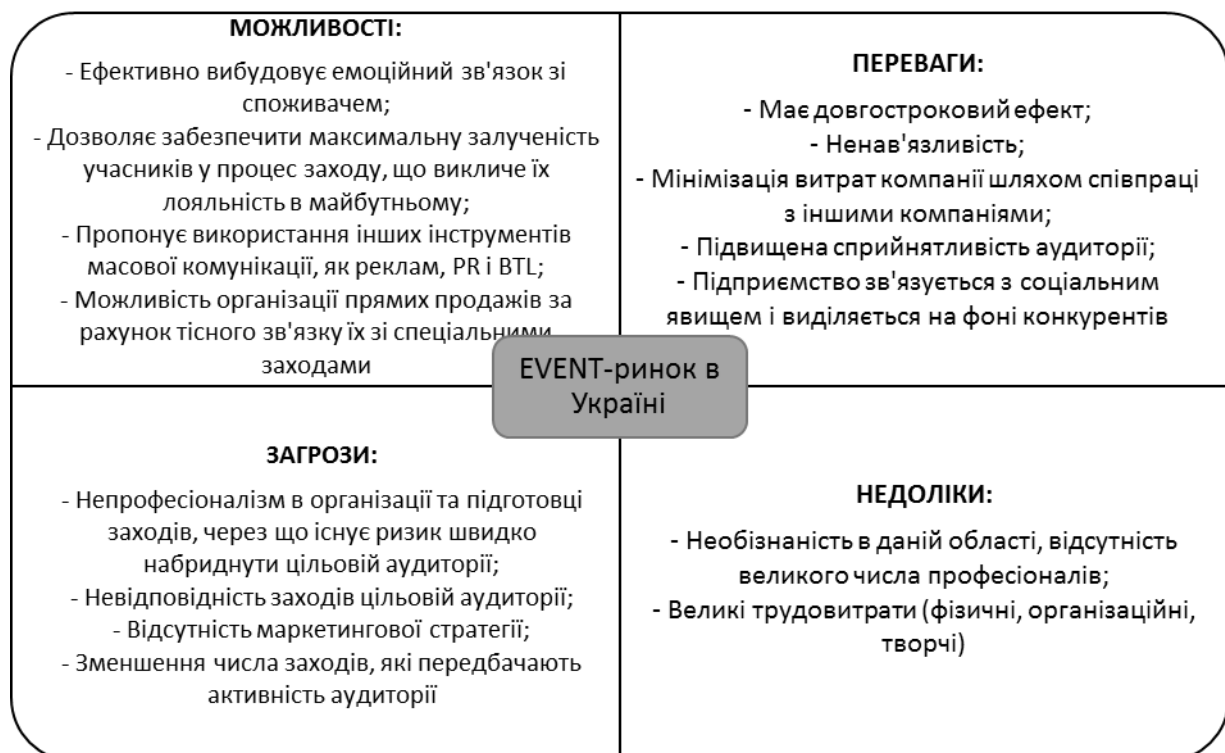


Рис. 1 – SWOT-аналіз event-ринку України

Зі SWOT-аналізу видно потенційні можливості розвитку event-ринку в Україні, а також загрози та недоліки, які створюють передумови для активного дослідження даного явища.

Темпи розвитку event-бізнесу дивують своєю швидкістю. На сьогодні обсяг виторгу від event-індустрії складає неймовірні суми, наприклад, в США загальний дохід від заходів дорівнює одного трильйона доларів в рік. Це більше, ніж доходи автомобільної промисловості та IT-індустрії. Більш того, згідно з прогнозами американського Бюро трудової статистики [10] в період з 2010 по 2020 рік зростання event-індустрії складе 44%, що значно перевищує показники зростання інших галузей. Нижче наведено середній рейтинг топових галузей, що займають провідні позиції і мають тісну взаємодію зі сферою гостинності (рис.2) [7].

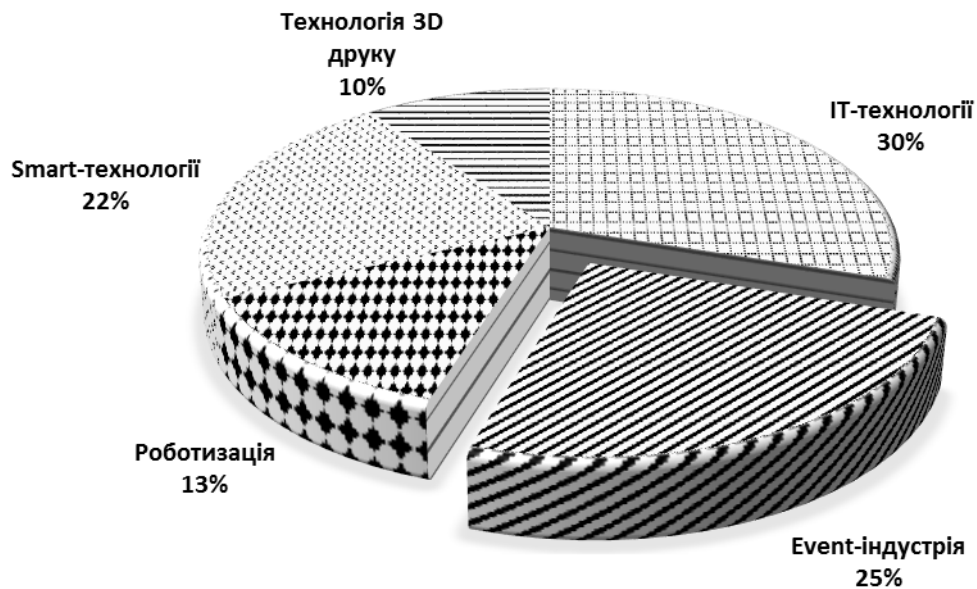


Рис. 2 – Рейтинг найпопулярніших світових галузей

З рис.2 бачимо, що в рейтингу найпопулярніших галузей сучасності друге місце посідає event-індустрія, що робить її впровадження в діяльність закладу готельно-ресторанного господарства актуальним. Цілком очевидно, що гряде нова ера event-індустрії, і всі, хто залучений в цій сфері – організатори заходів, власники майданчиків, кейтеринг-служби, керівники готелів, маркетологи і дизайнери – повинні бути готові до змін.

Організація event-заходів як вид діяльності існує з давніх часів, але в самостійну галузь вона проникла приблизно 20 років тому, а до цього довгий час була складовою частиною інших галузей економіки: концертів, готельного бізнесу, туризму і т.п. Частина функцій з організації заходів покладалися на відділи продажів. Усі ці фактори гальмували розвиток event-менеджменту як окремої форми діяльності. Відтепер в event-індустрії з'явилися професійні асоціації, сертифікаційні програми, існує спеціалізована література, в даній сфері можна навіть здобути вищу освіту. Сьогодні ця сфера стає визнаною індустрією зі своїми гравцями ринку, технологіями, легендами й традиціями [4].

Основний текст.

Event-менеджмент у сучасних умовах є предметом вивчення та підґрунтям для застосування практичних навичок та вмінь, які спрямовані на виробництво, розроблення та управління запланованими подіями, святкуваннями, змістовними фестивалями, розважальними заходами, політичними та рекреативними подіями, науковими, державними та театральними подіями. В цей перелік можна також додати місцеві події, окремі корпоративні чи ділові події, а також події приватного характеру: різного роду вечірки, одруження та соціальні події. Виходячи із цього, event-менеджмент – це повний комплекс заходів зі створення корпоративних та масових подій [6].

Event-менеджмент можна розділити на кілька напрямків: організація корпоративних заходів, спрямованих на зміцнення командного духу, і великі



масові акції, що створюють інформаційні приводи. Усі event-заходи можна розділи на 4 групи у відповідному відсотковому співвідношенні до кількості проведених заходів різних напрямків (рис. 3)

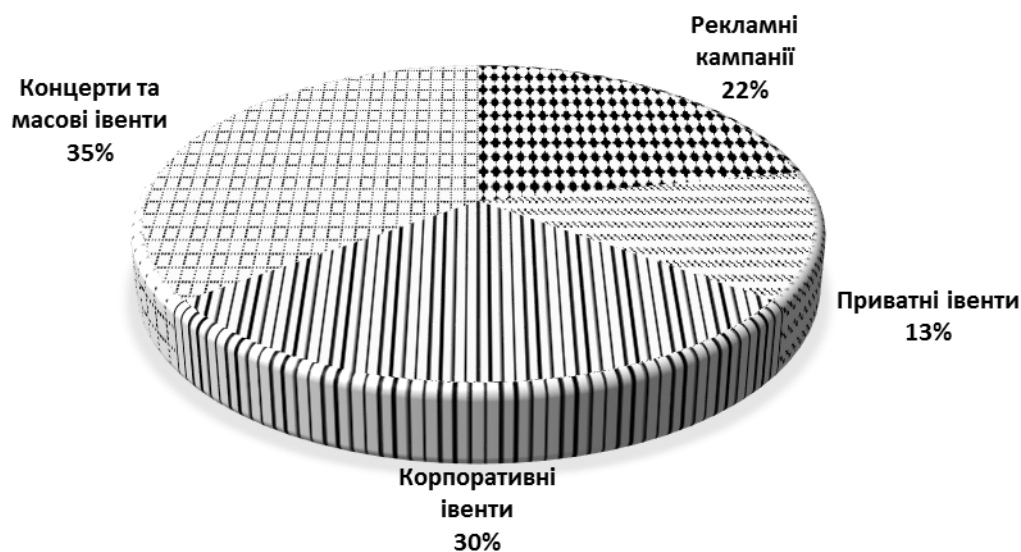


Рис. 3 – Частки всіх типів event-заходів на світовому ринку

В Україні ринок event-послуг почав активно розвиватися з 2005 р. За період свого становлення відбулися його суттєві зміни не лише кількісно, а й якісно:

- розширився спектр послуг;
- підвищилася якість послуг, що надавалися;
- впроваджено застосування гнучкої цінової політики компаній;
- доступними стали ціни більшості з них.

Оскільки event-менеджмент є невід'ємною частиною сфери готельно-ресторанного господарства, необхідно детальніше розглянути їх взаємозв'язок (рис. 4).

З рис. 4 можна зробити висновок, що event-менеджмент та готельно-ресторанний бізнес тісно пов'язані між собою. Їх безпосереднє поєднання відбувається під час організації спеціалізованих масових заходів. Існує великий перелік форматів заходів, які може проводити готель: конференції, прес-конференції, семінари, круглі столи, презентації, прийоми, конкурси, майстер-класи, приватні свята, ділові сніданки, виставки, спортивні події, в яких залучено велику кількість учасників.

Event-менеджмент є одним з найбільш ефективних й низькобюджетних інструментів просування готелю. Це вдала можливість зібрати цікаву для закладу аудиторію і донести до неї повне і правильне розуміння про продукт підприємства. Крім того, event-менеджмент підвищує лояльність постійних партнерів і клієнтів. В рамках заходів можна просувати бренд готелю в цілому і (або) його окремі послуги (продукти) [8].



Рис. 4 – Взаємозв'язок готельно-ресторанного бізнесу та event-менеджменту

Ринок event-послуг України функціонує в більшості за рахунок event-агенцій. Їх існує два типи:

- посередники-організатори,
- підрядники-організатори.

Підрядники-організатори – це ті event-агенції, котрі мають у своєму арсеналі все необхідне для повного обслуговування заходу. Здебільшого, це дуже потужні компанії, в підрозділах яких є окремі напрямки «Кейтерінг», «Декор», «Шоу» та ін. До таких компаній належать:

- універсальні – «GB Event by Kvartal 95», «Шаленій Event», «Horosho Event Group»;
- корпоративні заходи – «SmartEvents», «Questoria»;
- тимблдинг та командоутворення – «TeamMaster»;
- приватні заходи та весілля – «Love Agency», «Bright Events», «Make my day», «MUZA Wedding», «Wedding Empire» та ін.

Саме формат роботи event-відділу «підрядник-організатор» розглядається як інноваційне впровадження у закладі готельно-ресторанного господарства.

За даними Hospitality Industry Forum [11] усі події при правильній організації та якісному проведенні здатні створити досить високий ефект у просуванні компанії, її продукції та брендів. Так:

- 98% людей, які відвідали захід, згодом рекомендують просувний продукт іншим. Причому більше половини з них передають інформацію чотирьом і більше знайомим;
- 78% гостей розповідають про захід своїм друзям і сім'ям, 90% з них



роблять це протягом двох днів після події;

- 69% тих, хто ділиться враженнями, згадують спонсорів і партнерів заходу;
- крім того, позитивні враження від заходу 85% гостей стосуються бренду або, в конкретному випадку, – саме підприємства [11].

Важливо розуміти, що зазвичай заходи не мають на меті залучення індивідуальних клієнтів, оскільки кількість гостей заходу певним чином обмежена. В першу чергу, вони націлені на встановлення і підтримання контактів з корпоративними клієнтами. Також події в готелі допомагають підтримці сприятливого іміджу готелю і довіри з боку туристичних компаній. Додаткової комунікації між споживачем та підприємством та поінформованості про можливості готелю можна досягти шляхом залучення на event-заходи іміджевих спонсорів, лідерів думки і представників ЗМІ. Їх участь дозволить привернути додаткову увагу до події. У випадку, коли мова йде про організацію культурних або ділових подій, значущих для міста, доцільною є співпраця з міською адміністрацією.

Для того, щоб захід дав максимальний результат, дуже важливим є етап підготовки. Це фундамент заходу. Необхідно сформулювати цілі і завдання, які поставлені в тому чи іншому випадку. Другий – етап стратегічного планування: дослідження ринку і цільової аудиторії, вибір формату заходу, визначення теми і, нарешті, вибір дати і часу його проведення. Варто зауважити, що event-менеджменту притаманна певна сезонність. Так, наприклад, недоцільно проводити захід для топ-менеджерів корпоративних компаній в червні-липні, а сезон весіль припадає на період з травня по вересень.

Найважливіший етап підготовки заходу – формування бюджету, пошук спонсорів і партнерів, розподіл фінансового навантаження. Значна частина бюджету будь-якого заходу – це вартість оренди майданчика і послуг харчування. Надаючи обидві ці послуги, готель організовує захід за собівартістю. Це основна причина, за якої event-менеджмент добре працює в сфері готельно-ресторанного бізнесу.

Існує два основних підходи до організації заходу у готелі. Перший передбачає ситуацію, коли готель бере видаткову частину повністю на себе. Другий варіант – коли витрати на захід діляться з партнерами та спонсорами. Внесок закладу може обмежуватися тільки наданням майданчику для події. Також можна розглядати просування готелю і його послуг шляхом проведення партнерських заходів з умовою їх повної оплати. Таким чином, не витративши на організацію події жодних коштів, можна отримати цікаву цільову аудиторію [8].

Організація будь-якої події планується з певною метою, яка обов'язково повинна враховуватися на етапі планування заходу. Крім цілей важливою є інформація стосовно кількості учасників, їх вікової категорії, відсоткове співвідношення чоловіків та жінок, що необхідно враховувати під час вибору артистів, музики, тематики заходу, інтерактивних розваг тощо.

Event-менеджмент – це комплексна організація заходів, спрямована на емоційний контакт з аудиторією, який встановлюється під час заходу. Це дає



універсальну можливість вплинути на цільову аудиторію тонше й ефективніше [1].

На сьогоднішній день просування event-менеджменту є одним з найважливіших процесів інноваційного розвитку та життєдіяльності готелю. Готель повинен весь час пропонувати себе. Event-індустрія – це великий внесок у розвиток готелю, підвищення його популярності серед мешканців країни, міста і туристів, а також запорука успішного просування готелю у якості event-платформи.

Ринок готелів з впровадженням event-технологій в Україні має величезний потенціал, тому що він ще далекий від насичення. Зараз на ринку існує декілька готелів, що надають послуги event-менеджменту або мають в структурі управління певні його елементи. Серед них: п'ятизірковий готель в центрі столиці – «Fairmont Grand Hotel Kyiv», п'ятизірковий заміський клуб «Grand Admiral Resort & SPA» (м. Ірпінь, Київська обл.), заміський готельно-ресторанний комплекс «Sobi Club» (с. Хотянівка, Київська обл.), заміський комплекс «Трипільське Сонце» (с. Підгірці, Київська обл.), заміський готельно-ресторанний комплекс «Verholy Relax Park» (с. Соснівка, Полтавська обл.) та інші. Кожен з цих закладів пропонує певні умови проведення заходів, безліч пропозицій та додаткових послуг, що стосуються того чи іншого формату заходу. Проте поєднавши сильні сторони багатьох з них можна створити новий формат підприємства, який мав би окремий підрозділ з впровадження event-менеджменту.

Готельно-ресторанний заклад такого формату може стати ефективним та популярним для національних та світових жителів, організаторів, зірок, лідерів думок. Це дасть змогу зробити event-сферу ближчою та зрозумілішою, поперше, для кожного з українців, а також дозволить підвищити інтерес до країни та зміцнити враження про її можливості з організації різнопланових заходів, показавши їх на новому високому рівні.

Для того, щоб забезпечити максимально раціональне розміщення гостей за відповідними типами заходів територію підприємства можна відповідно зонувати, створивши: банкетні зали за типами заходів (дитяча, весільна), ігрові простори для дітей та дорослих, конференц та виставкову зали, відкриті майданчики і тераси, сцени, альтанки тощо.

Практичні рекомендації щодо впровадження event-менеджменту розділені на кілька напрямків і структуровані відповідно за їх найбільшою актуальністю (рис.5).

1) Юридична документація та правова діяльність включає:

- Перегляд договірних зобов'язань з підрядниками з урахуванням включення туди пунктів про штрафні санкції і посередницькі відносини;
- Розгляд можливості відмови від заходів на умовах «передплати» або пошук правових і юридичних санкцій на попередження несумлінності Замовника;
- Вироблення комплексу шаблонних договірних угод для оперативного розв'язання дрібних координаційних питань;



Рис.5 – Структурована схема напрямів впровадження event-менеджменту

- Докладне опрацювання пункту про «форс-мажорні» обставин і дії сторін у разі настання таких обставин.

2) Професійні ресурси включають:

- Збільшення числа штатних співробітників;
- Створення бази по найманим event-менеджерам, які працюють на умовах фрілансу, та підрядникам;
- Забезпечення можливості підвищення кваліфікації менеджерського складу в event-установах;
- Організацію курсів для початківців event-менеджерів і аніматорів на перспективу розширення кадрів.

3) Фінансова діяльність передбачає:

- Створення системи постійного контролю за рухом грошових коштів;
- Збільшення чистого прибутку від заходу шляхом мінімізації витрат.

4) Дизайн-стиль включає:

- Розробку єдиного фірмового дизайн-стилю event-відділу та зовнішнього вигляду співробітників відповідно до стилю івенту;
- Опрацювання системи відмітних знаків ранжирування персоналу.

5) Технічне оснащення передбачає:

- Придбання власного медіа обладнання, достатнього для проведення масштабних заходів;
- Закупівлю системи внутрішнього зв'язку (рації) для полегшення комунікації співробітників на заході.

6) Просування і розвиток передбачають:

- Створення відділу, специфіка діяльності якого – букінг артистів і та різних шоу-проектів [5].

Організація ефективного івенту – це серйозна синхронізована праця



величезної системи, що складається з великої кількості елементів: менеджерів-організаторів, координаторів заходу, гостей, ведучих, артистів, техніків, хостес, охорони, музикантів, піротехніків, кейтерінгових служб, водіїв, органів міської влади, спонсорів та багато інших.

Висновки.

Отже, event-менеджмент має великі перспективи розвитку в Україні. Він дозволяє ділитися досвідом, емоціями та отримувати максимальну користь в рамках управління у сфері готельно-ресторанного господарства. Це надійний механізм, за допомогою якого цілі підприємства здатні примножуватися, а заклад – досягати своєї мети. Впровадження event-менеджменту дозволить в рази збільшити продажі і підняти рейтинг підприємства, що є безсумнівним плюсом для готельно-ресторанного закладу, що прагне до розвитку та інноваційних змін. Event-сфера – це величезний майданчик для створення креативних платформ, тематичних тренінгів, святкових вечорів, корпоративних заходів, ділових брифінгів тощо. Кожен в рамках системи event-менеджменту зможе знайти свою ланку для розвитку, роботи та відпочинку, що беззаперечно несе позитивний внесок у соціальний та економічний розвиток України.

Література.

1. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. – 2011. - №6, вып.2(186). – С.167-172.
2. Алексунін В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. Менеджментові комунікації. Практикум. – М.: Дашков и К, 2018. 196 с.
3. Баксанский О.Е. Технологии манипуляции массами: реклама, менеджмент, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М. Ленанд, 2017. 224 с.
4. Володіна М.Р. Event-менеджмент в сфері організації заходів // Молодий вчений. – 2019. - №5. – С. 103-106.
5. Напалкова А.А. Менеджментові дослідження на ринку event-послуг. Event-менеджмент. – 2014. - № 3. – С. 210-226.
6. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism Management. – 2008. - №29.
7. Державна служба статистики – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Ивент-менеджмент: события, которые продают отель. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://hotel.report/technology/ivent-marketing-sobytiya-kotorye-prodayut-otel>
9. На пороге новой ивент индустрии – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://event.ru/trips/na-poroge-novoy-eryi-event-industrii/>
10. U.S. Bureau of Labor Statistics – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bls.gov/>
11. Meeting Point Group Ukraine – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.meetingpoint.ua/company>

**References:**

1. Alekseeva OV Event tourism and event management // Russian entrepreneurship. - 2011. - №6, issue 2 (186). - P.167-172.
2. Aleksunin VA, Dubanevich EV, Sklar EN Management communications. Workshop. - M.: Dashkov and K, 2018. 196 p.
3. Baksansky OE Mass manipulation technologies: advertising, management, PR, GR (cognitive approach). Pocket book of political scientist. - M. Lenand, 2017. 224 p.
4. Volodina MR Event management in the field of event organization // Young scientist. - 2019. - №5. - P. 103-106.
5. Napalkova AA Management research in the event services market. Event management. - 2014. - № 3. - P. 210-226.
6. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism Management. - 2008. - №29.
7. State Statistics Service – [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Event management: events that sell the hotel. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://hotel.report/technology/ivent-marketing-sobytiya-kotorye-prodayut-otel>
9. At the threshold of a new industry event – [Electronic resource]. – Access mode: <https://event.ru/trips/na-poroge-novoy-eryi-event-industrii/>
10. U.S. Bureau of Labor Statistics – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.bls.gov/>
11. Meeting Point Group Ukraine – [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.meetingpoint.ua/company>

Abstract. *The article deals with one of the most important areas of our time - event management. Its importance in the modern market, participation in the activity of profit-oriented commercial organizations and the expediency and effectiveness of its introduction into the structure of the hotel and restaurant establishment are analyzed.*

Event is becoming more and more often included in the process of functioning of enterprises, promoting brand awareness and product promotion. The analysis of modern events has revealed their complexity, complexity, diversity and significance, which is certainly an important step for the development of the modern hospitality industry enterprise.

For this reason, it is necessary to study the Ukrainian event-market and event-management, to determine the main stages of preparation for an event, to analyze the main obstacles to the effective management of a significant event and to determine the prospect of further development of event-management in the hotel- restaurant business in Ukraine.

Key words: *event management, technology, events, hotel and restaurant business, hospitality.*

Стаття відправлена: 26.12.2019 г.

© Новікова В.В., Бондар Н.П., Шаран Л.О.